

Im Dreieck von Anspruch, Rahmenbedingungen und Erfolgserwartungen: zur Standortbestimmung der Bildungsberatung

Müller, Christina

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
W. Bertelsmann Verlag

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Müller, C. (2010). Im Dreieck von Anspruch, Rahmenbedingungen und Erfolgserwartungen: zur Standortbestimmung der Bildungsberatung. *DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung*, 2, 39-41. <https://doi.org/10.3278/DIE1002W039>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more Information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0>



Im Dreieck von Anspruch, Rahmenbedingungen und Erfolgserwartungen

Zur Standortbestimmung der Bildungsberatung

von: Müller, Christina

DOI: 10.3278/DIE1002W039

aus: **DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung 02/2010**
Wirksame Weiterbildungsberatung

Erscheinungsjahr: 2010
Seiten 39 - 41

Schlagworte: Beratungsstellen, Forschungsprojekt, Grenzen, Humboldt-Universität Berlin, Praxis, Professionalisierung, Weiterbildungsberatung, Wirkungen

Für die Autorin ist die Frage nach der Wirksamkeit (wie sie im vorliegenden Heft gestellt wird) ein Anlass, den Ort der Weiterbildungsberatung zwischen selbstgesetzten Ansprüchen, öffentlichen Erfolgserwartungen und faktischen Rahmenbedingungen zu betrachten. Aus einem Forschungsprojekt an der Humboldt-Universität zu Berlin spielt sie Interviewaussagen von denjenigen ein, die Beratungsstellen in Lernenden Regionen betrieben haben. Der durch das Projekt mögliche Praxiseinblick zeigt zugleich auch die Grenzen auf, die der Beratung durch das Fehlen einer systematischen Professionalitätsentwicklung gezogen werden.

Diese Publikation ist unter folgender Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht:



Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland Lizenz
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>

Zitiervorschlag

Müller, C.: Im Dreieck von Anspruch, Rahmenbedingungen und Erfolgserwartungen. Zur Standortbestimmung der Bildungsberatung. In: DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung 02/2010. Wirksame Weiterbildungsberatung, S. 39-41, Bielefeld 2010. DOI: 10.3278/DIE1002

Zur Standortbestimmung der Bildungsberatung IM DREIECK VON ANSPRUCH, RAHMENBEDINGUNGEN UND ERFOLGSERWARTUNGEN

Christina Müller

Für die Autorin ist die Frage nach der Wirksamkeit (wie sie im vorliegenden Heft gestellt wird) ein Anlass, den Ort der Weiterbildungsberatung zwischen selbstgesetzten Ansprüchen, öffentlichen Erfolgserwartungen und faktischen Rahmenbedingungen zu betrachten. Aus einem Forschungsprojekt an der Humboldt-Universität zu Berlin spielt sie Interviewaussagen von diejenigen ein, die Beratungsstellen in Lernenden Regionen betrieben haben. Der durch das Projekt mögliche Praxiseinblick zeigt zugleich auch die Grenzen auf, die der Beratung durch das Fehlen einer systematischen Professionalitätsentwicklung gezogen werden.

Der Bildungsberatung kommt ein zentraler Stellenwert im Rahmen der Implementierung Lebenslangen Lernens zu. Gerade im Zuge der Individualisierung des Lernens gewinnt Bildungsberatung an Bedeutung, sind Lernende doch zunehmend auch ihre eigenen Lernmanager (vgl. Brödel 2010). In dieser Situation unterstützt personenbezogene Bildungsberatung. Sie gestaltet Schnittstellen in der Weiterbildung; häufig platziert an Umbrüchen, stellt sie Weichen für individuelle Bildungswege und unterstützt individuelle wie institutionelle Bildungsplanung (vgl. Arnold u.a. 2000). Bildungsberatung als öffentliche und öffentlich verantwortete Dienstleistung, als selbstverständlicher Teil des Lebenslangen Lernens muss allen Interessierten offenstehen und professionelle Unterstützung für Ratsuchende bereithalten (vgl. Gieseke 2009). Die Bedeutung von Bildungsberatung wird auch im bildungspolitischen Diskurs deutlich, so etwa hervorgehoben durch

die Empfehlungen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung eingesetzten Innovationskreises Weiterbildung (vgl. BMBF 2008). Verbunden mit der mutmaßlich steigenden Bedeutung von Bildungsberatung wird eine Diskussion um deren Wirkung, Nutzen oder auch Erfolg. Die Beiträge in diesem Heft lassen erkennen, dass die Ermittlung von Wirkung und Nutzen von Bildungsberatung sich bislang lediglich auf Indikatoren auf der Makroebene (Weiterbildungsbeteiligung, Eingliederung ins Erwerbssystem; *Beiträge Dörner und Käßpinger, d. Red.*) oder die Feststellung von Zufriedenheitsmaßen auf der Subjektebene beschränken (*Beitrag Strobel, d. Red.*), über die Wirkung von Bildungsberatung auf Bildungs- und Erwerbsbiographien von Einzelnen ist allerdings bisher wenig bekannt. Hierfür gibt es drei zentrale Gründe, die im Folgenden dargelegt werden:

- I. Für eine empirische Feststellung des Nutzens von Bildungsberatung fehlt es i.d.R. an hinreichend expliziten Referenzpunkten des Vergleichs (Problemausgangslage und Zielsetzung) und an geeigneten Verfahren.
- II. Ansprüche und Ziele der Bildungsberatungsstellen bleiben bislang überwiegend implizit. Sie müssen zunächst expliziert und es müssen Voraussetzungen für die Umsetzung gekennzeichnet werden.
- III. Die erkennbaren Ziele von Bildungsberatung brechen sich an Rahmenbedingungen, die wirkungsvolle Beratung derzeit in vielen Fällen eher behindern als befördern.

I. Wirkung und Nutzen von Bildungsberatung sind schwer zu messen, und ihr Erfolg ist gleichfalls schwer zu bestimmen. Es gibt Ansätze, die versuchen, Benchmarks in den Bereich einzuführen. Dies führt zu ähnlichen Problemen wie der allgemeinere Versuch eines Bildungscontrollings, denn es gilt zunächst zu klären, wann eine Bildungsberatung als wirkungsvoll oder erfolgreich gelten kann. Für die Ermittlung von Wirkung muss die Problemausgangslage zu Beginn eines Beratungsprozesses bestimmt und festgehalten werden, von der ausgehend Veränderungen (gewünschte oder unerwünschte) identifiziert werden können. Für die Messung von Erfolg bedarf es darüber hinaus der Bestimmung von Zielsetzungen als Referenzpunkten und geeigneten Indikatoren. Der Erfolg der Beratung kann nicht nur und nicht zwingend an einer anschließenden Weiterbildung gemessen werden. Um Wirkung und Erfolg von Bildungsberatung zu messen, braucht es langfristige, qualitative Verfahren, die Ratsuchende nicht nur unmittelbar nach dem Besuch der Beratung, sondern auch mit einem Abstand wieder befragen. Dies ist aufgrund mangelnder Ressourcen und fehlender Zugriffsmöglichkeit auf die Lebenswelt der Ratsuchenden in aller Regel durch die Bildungsberatungsstellen selbst nicht zu leisten.

II. Im Rahmen des Projektes »Bildungsberatung im Dialog« (vgl. Arnold/Gieseke/Zeuner 2009) wurden an der Humboldt-Universität zu Berlin im Zusammenhang der Entwicklung eines Geschäftsmodells für Bildungsberatung Selbstaussagen von 33 Bildungsberatungsstellen erhoben und ausgewertet (vgl. Müller 2009; Müller/Knelke 2009). Bezogen auf Ansprüche und Ziele der Bildungsberatungsstellen fällt auf, dass diese explizit formuliert einen hohen Grad an Allgemeinheit aufweisen. »Das Lebenslange Lernen in der Region für *alle* zu fördern« wird hier häufig genannt. In der (immer noch sehr allgemeinen) Präzisierung der Ziele lassen sich grundsätzlich zwei unterscheiden:

»Zentrale Marker der Regionalentwicklung«

Zum einen wird vom Ratsuchenden ausgegangen, »Hilfe zur Selbsthilfe« soll gegeben werden. Zum anderen werden Bildungsberatung und Weiterbildung als zentrale Marker der Regionalentwicklung gesehen; Ziel ist, durch Weiterbildung regionale Strukturentwicklung zu fördern. Bildungsberatung soll hier unterstützen. Im Zuge der Auswertung des empirischen Materials wurden weitere implizite Ansprüche und Ziele erkennbar.

Die Kunden von Bildungsberatung in den untersuchten Regionen lassen sich in zwei Gruppen unterscheiden: direkte Kunden (Ratsuchende und Unternehmen, die Beratung in Anspruch nehmen) und indirekte Kunden (z.B. die Agentur für Arbeit, die an die Beratungsstellen verweist). Im Kontext des vorliegenden Beitrags steht die erste Gruppe im Fokus der Betrachtungen. Der beabsichtigte Nutzen für die direkten Kunden wird zum einen in einer besseren Zugänglichkeit und wohnortnahen Information und Beratung gesehen, außerdem in der Neutralität der Beratung und einer erhöhten Transparenz des Weiterbildungsmarktes (u.a. durch Referenzen für die individuelle Passung konkreter Weiterbildungsan-

gebote). Neutralität bildet ein zentrales Differenzierungskriterium, das trägerunabhängige Bildungsberatungsstellen gegenüber solchen ausweist, die an eine Einrichtung gebunden sind. Ein weiterer Anspruch liegt darin, dass ein Beratungsangebot für *alle* bereitgestellt werden soll. Mehrere Regionen heben in diesem Kontext hervor, dass dafür eine kostenlose Beratung eine entscheidende Voraussetzung darstellt. Durch die Beratung sollen Kompetenzen bewusst gemacht, Selbstreflexion angestoßen, Chancen und Möglichkeiten aufgezeigt und Perspektiven eröffnet werden. Die Ratsuchenden sollen bei ihrer Lebens- und Berufswegplanung unterstützt werden.

Der angestrebte öffentliche Nutzen liegt darin, gegen gesellschaftliche und Arbeitsmarktp Probleme (wie mangelnde Schulbildung, hohe Arbeitslosigkeit, Fachkräftemangel oder hohe Ausbildungs- und Schulabbrecherquoten) vorzugehen.

Es wird deutlich, dass ein zu stiftender Kundennutzen einerseits gebunden ist an entsprechende Beratungsangebote, andererseits an Zielgruppen vor Ort, die Bildungsberatung in Anspruch nehmen wollen.

Um die Voraussetzung für eine wirkungsvolle Beratung zu schaffen, müssen verschiedene Faktoren zusammenspielen. Das Beratungsangebot muss auf die Zielgruppe abgestimmt sein. Sowohl individuelle Bedürfnisse potenziell Ratsuchender als auch regionale und gesellschaftliche Bedarfe müssen dabei berücksichtigt werden. Beratungsangebot und Ratsuchende treffen in einer Suchbewegung (vgl. Tietgens 1982; Dollhausen/Müller 2009) aufeinander. Um verschiedene Zielgruppen zu erreichen, müssen Beratungswege gewählt werden, die einen niedrigschwelligen Zugang zur Beratung möglich machen. Auch Öffentlichkeitsarbeit und vor allem zielgruppenspezifisches Marketing sind in diesem Zusammenhang nicht zu unterschätzende Faktoren (vgl. Tippelt u.a. 2008; Müller 2009). Es muss also ein Bera-

tungsangebot platziert werden, das die regionalen Erfordernisse trifft und die Menschen vor Ort erreicht.

III. Die in den befragten Beratungsstellen genannten Ziele machen deutlich, dass es sich um ambitionierte Vorhaben handelt, die einen hohen Grad an Nutzen stiften wollen. Dem gegenüber steht eine Realität, die eine Umsetzung der genannten Ziele oft deutlich erschwert. Die häufige Projektförmigkeit des Beratungsangebots und damit die Bedingungen befristeter Finanzierung und kurzfristiger Planungshorizonte engen die Spielräume beim Aufbau und Betrieb der Beratungsarbeit vielfach erheblich ein. Zwar bilden kompetente Berater/innen, die entsprechend der Zielgruppen vor Ort und der angebotenen Beratungsleistungen professionalisiert sind, überhaupt erst die Voraussetzung, wirkungsvolle Beratung zu gestalten; die beschriebenen Rahmenbedingungen machen eine passgenaue Auswahl der Berater/innen und deren Nachqualifizierung aber häufig unmöglich.

Nicht selten orientieren Bildungsberatungsstellen daher ihr Angebot pragmatisch an den Kompetenzen, die das beschäftigte Personal in die Einrichtungen mitbringt. Zeit für langfristige Kompetenzentwicklung und dezidierte Angebotsdifferenzierung bleibt unter solchen Bedingungen kaum. So kommt es, dass die untersuchten Beratungsstellen ihre institutionellen Kernkompetenzen über die Kompetenzen ihrer jeweiligen Berater/innen identifizieren (vgl. Müller/Knelke 2009, S. 118 f.).

»Schieflagen und Defizite«

Dies ist deshalb hoch problematisch, weil so das programmatische Angebot – und damit auch erreichbare Zielgruppen – durch die Auswahl der Berater/innen bestimmt werden, nicht umgekehrt. Dies widerspricht der gewünschten Orientierung an regionalen bzw. gesellschaftlichen und individuellen Bedarfen und Bedürfnissen. Erfolgt die

Auswahl oder Nachqualifizierung von Berater/innen nicht in Abstimmung zu allen oben genannten Aspekten – Beratungsformen, konkretes Angebot, angestrebte Zielgruppe, Beratungswege –, kann es zu Schieflagen und damit zu Defiziten in der Beratung kommen. Solche Schieflagen können z.B. auf Grundlage der Beschreibung in einem Geschäftsmodell sichtbar gemacht und reflektiert werden (vgl. Müller 2008). Richtet man den Blick auf Professionalisierung, kann man zudem feststellen, dass bislang Kompetenzstandards fehlen, welche die Grundlage für eine systematische Professionalitätswicklung bilden (vgl. Schiersmann 2008). Neben solchen grundsätzlichen Standards bleibt festzuhalten, dass die Definition von Zielen und anvisierten Zielgruppen und daran orientierten Beratungsleistungen die Grundlage bildet für eine zielgerichtete und angemessene Professionalisierung von Berater/innen: Nur wenn die Ziele der Beratung klar sind, kann sich Professionalisierung daran orientieren. Diese Diskussion gilt es noch zu führen.

Es wurde deutlich, dass die Erwartungen an Bildungsberatung im Rahmen von Forderungen nach Lebenslangem Lernen hoch sind. Dem gegenüber stehen institutionelle Voraussetzungen, bedingt durch Förderstrukturen, die einer adäquaten Beratungsarbeit nicht selten eher im Wege stehen, als dass sie diese befördern. Eine Stärkung und Professionalisierung der Beratung bedarf auch öffentlich verantworteter Verstärkung, die den Rahmen für trägerunabhängige, an gesellschaftlichen wie regionalen Bedarfen und individuellen Bedürfnissen orientierte Beratung gibt. Man kann festhalten, dass die Frage nach Wirkung, Nutzen oder Erfolg von Bildungsberatung richtig und wichtig ist; vielleicht noch drängender ist die Frage, wie Voraussetzungen geschaffen werden können, die wirksame und erfolgreiche Bildungsberatung ermöglichen und wahrscheinlich machen.

Literatur

Arnold, R. u.a. (2000): Forschungsmemorandum für die Erwachsenen- und Weiterbildung. Frankfurt a.M.

Arnold, R./Gieseke, W./Zeuner, C. (Hrsg.) (2009): Bildungsberatung im Dialog. 3 Bände. Baltmannsweiler

Brödel, R. (2010): Erwachsenenbildung/Lebenslanges Lernen. Hinführende Thesen. Vortrag an der Universität Duisburg-Essen am 25.01.2010

BMBF (2008): Empfehlungen des Innovationskreises Weiterbildung für eine Strategie zur Gestaltung des Lernens im Lebenslauf. Bonn/Berlin

Dollhausen, K./Müller, C. (2009): Angebotsplanung als Suchbewegung. Beitrag zum Kolloquium für Hans Tietgens an der Humboldt-Universität zu Berlin im Oktober 2009. Bonn. www.die-bonn.de/doks/dollhausen0901.pdf (Stand: 30.01.2010)

Gieseke, W. (2009): Bildungsberatung als öffentliche Strukturaufgabe. Organisations- und Geschäftsmodelle zur institutionellen Implementierung von Bildungsberatung in den Regionen (BILERION). In: Hessische Blätter für Volksbildung, H. 1, S. 29–40

Müller, C. (2008): Konkretisierung eines Geschäftsmodells für Bildungsberatung. Die »Landkarte« als Tool. www.bb-dialog.de/user-files/file/ToolBBDIALOG_Geschaeftsmodell.pdf (Stand: 30.01.2010)

Müller, C. (2009): Geschäftsmodell für eine Bildungsberatungsagentur. Betriebswirtschaftliche Notwendigkeit und pädagogischer Nutzen. In: Arnold/Gieseke/Zeuner, a.a.O., S. 145–169

Müller, C./Knelke, D. (2009): Geschäftsmodelle von Bildungsberatungsagenturen in den Lernenden Regionen. In: Arnold/Gieseke/Zeuner, a.a.O., S. 105–134

Schiersmann, C. u.a. (2008): Qualität und Professionalität in der Bildungs- und Berufsberatung. Bielefeld

Tietgens, H. (1982): Angebotsplanung. In: Nuissl, E. (Hrsg.): Taschenbuch der Erwachsenenbildung. Baltmannsweiler, S. 122–144

Tippelt, R. u.a. (2008): Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland. Band 3: Milieumarketing implementieren. Bielefeld

Abstract

Der Beitrag spielt Selbstaussagen von Weiterbildungsberatern ein, die zeigen, welche Ansprüche und Ziele Weiterbildungsberatung an sich selber stellt und dass es sich um ambitionierte Vorhaben handelt, die einen hohen Grad an Nutzen stiften wollen. Zugleich werden Beobachtungen zum Verhältnis von Kompetenzen des beratenden Personals und den selbstgesteckten Zielen gemacht. Diese qualitative Empirie unterfüttert die Analyse des Standorts der Weiterbildungsberatung als Ort im Dreieck zwischen öffentlichen Erfolgserwartungen, selbstgesetzten Zielen und Ansprüchen und Rahmenbedingungen, die gerade im Blick auf die Professionalitätswicklung als unbefriedigend gelten dürften. Indes: Nur wenn die Ziele der Beratung klar sind, kann sich Professionalisierung daran orientieren.



Christina Müller ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Programm Professionalität am Deutschen Institut für Erwachsenenbildung (DIE).

Kontakt: mueller@die-bonn.de

Qualitätsentwicklungsrahmen

Im Verbundvorhaben »Offener Koordinierungsprozess zur Qualitätsentwicklung in der Beratung für Bildung, Beruf und Beschäftigung« wird bis 2011 ein Qualitätsentwicklungsrahmen für Bildungsberatung ausgestaltet und in ausgewählten Beratungseinrichtungen erprobt. Das DIE wird in dem vom Nationalen Forum Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung e.V. (nfb) und der Universität Heidelberg (Institut für Bildungswissenschaften) koordinierten und vom BMBF geförderten Projekt in der Arbeitsgruppe mitarbeiten, die sich mit der Konkretisierung und Operationalisierung des Qualitätsentwicklungsrahmens befasst.